

ABSTRAK

Novelita Damar (1405433), “Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Keputusan Pembelian di Travel India Professionals” (Survei terhadap Wisatawan yang Memutuskan untuk Melakukan Pembelian Paket Wisata melalui Aplikasi Viator), dibawah bimbingan Dr.H. Hari Mulyadi, M.Si dan Dewi Pancawati Novalita, S.Pd.,MM.

Saat ini internet dan teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan dampak yang luar biasa dalam kegiatan pemasaran di industri pariwisata, begitu pula dengan Travel India Professionals yang sedang dihadapkan pada permasalahan pemasaran yang berdampak pada menurunnya minat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian melalui *E-Commerce* pada aplikasi Viator. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui pengaruh *E-Commerce* terhadap keputusan pembelian di Travel India Professionals. Upaya yang dilakukan untuk meningkatkan keputusan pembelian di Travel India professionals ialah dengan meningkatkan *E-Commerce* yang merupakan variabel bebas (X) terdiri atas *Transaction/cost*, *Interactive Programs*, *Site Design* dan *Interactivity* sedangkan yang menjadi variabel terikatnya adalah keputusan pembelian (Y) yang terdiri dari *Product Choice*, *Brand Choice*, *Dealer Choice*, *Purchase Timing*, dan *Purchase Amount*. Jenis penelitian yang dilakukan adalah deskriptif verifikatif dengan menggunakan metode *explanatory survey*. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling* dengan jumlah responden sebesar 120 orang yaitu konsumen yang telah melakukan pembelian paket wisata Travel India Professionals melalui aplikasi Viator. Teknik analisis data yang digunakan ialah teknik analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *E-Commerce* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Sub variabel yang signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian di Travel India Professionals adalah *Incentive Programs* (X2), sedangkan sub

vi

Novelita Damar, 2019

PENGARUH *E-COMMERCE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TRAVEL INDIA PROFESSIONALS

(Survei terhadap Konsumen yang Memutuskan untuk Melakukan Pembelian Paket Wisata melalui Aplikasi Viator)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

variabel lainnya yaitu *Transaction/cost*, *Site Design* dan *Interactivity* dinyatakan tidak signifikan.

Kata Kunci: *E-Commerce*, Keputusan pembelian, Travel India Professionals.

ABSTRACT

Novelita Damar (1405433), “The Impact of E-Commerce towards Purchase Decision in Travel India Professionals” (Survey on Tourist who Decided to Purchase through Viator) under direction of Dr.H. Hari Mulyadi, M.Si and Dewi Pancawati Novalita, S.Pd.,MM.

Nowadays, the internet and technology information and communication have tremendous effect on marketing activities in tourism industry, as well as Travel India Professionals which currently faced a problem that has an impact on the decline in consumers' interest to purchase through E-Commerce on Viator. The purpose of this research is to find out the impact of E-Commerce towards purchasing decisions in Travel India Professionals. Efforts made to increase purchasing decisions in Travel India professionals by increasing E-Commerce which is an independent variable (X) consisting of Transaction / cost, Interactive Programs, Site Design and Interactivity while the dependent variable is Purchase Decision (Y) consisting of Product Choice, Brand Choice, Dealer Choice, Purchase Timing, and Purchase Amount. The type of research is descriptive verification using the explanatory survey method. The sampling method used is simple random sampling with a number of respondents are 120 people, which are consumers who have purchased Travel India Professionals' tour packages through Viator. This research use multiple regression as data analysis techniques. The result of the study shows that E-Commerce has an impact on consumer purchase decision. Sub-variable that is significant in

impacting purchase decision in Travel India Professionals is Incentive Programs (X2), while other sub-variables which are Transaction / cost, Site Design and Interactivity are insignificant.

Keywords : E-Commerce, Purchase Decision, Travel India Professionals.